

平成26年度事業報告

I はじめに

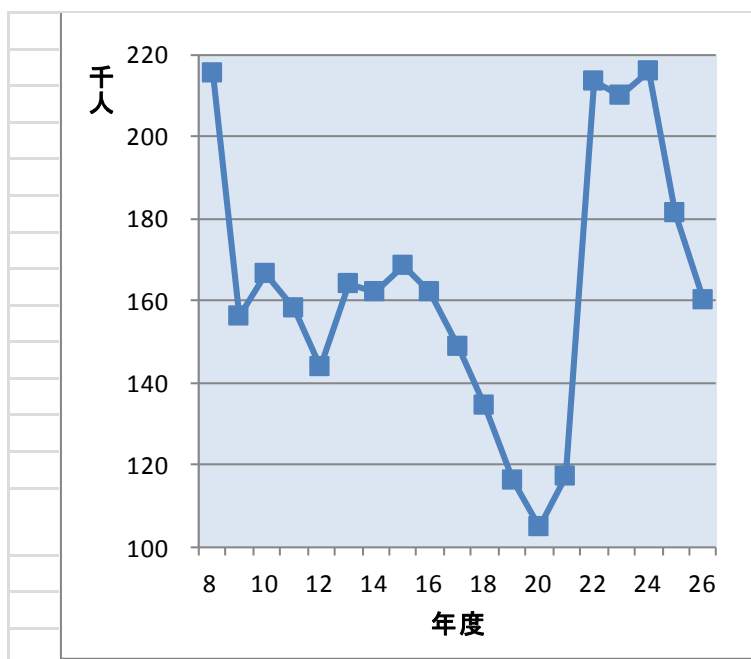
京都伝統産業交流センターは、平成8年7月に伝統産業の振興を目的として設立された。京都の伝統工芸品74品目を一堂に集め、市民や観光客に伝統工芸品を体系的に紹介する国内でも有数の展示場「京都伝統産業ふれあい館」の管理運営を開館当初より京都市から受託しており、平成24年4月1日に公益財団法人に移行した。

「ふれあい館」の来館者数は、平成22年度から3年連続で20万人台を維持したが、平成25年度から2年連続減少している。

一方で、京都の伝統工芸品の素晴らしさを全国にPRするため平成24年3月にスタートしたオンラインショップ京もの専門店『みやび』は、事業3年目にして売上高ベースで約1600万円となり（対前年比1.75倍）、展示品販売も伸びつつある。

平成27年度においては、業界の皆様のご協力のもと展示に加えて提供事業にも注力しつつ、「ふれあい館」が業界・訪問者の様々な交流を促す取組も進めていく。

<来館者数の推移>



<月別の来館者数内訳>

年 月	平成26年 度来館者数 (人)	平成25 年度来館 者数(人)	前年度 比(%)
4月	15,407	18,044	-15
5月	14,196	17,363	-19
6月	11,351	14,622	-22
7月	13,153	11,830	+11
8月	14,350	15,543	-8
9月	14,640	16,810	-13
10月	16,485	17,967	-8
11月	14,479	17,421	-17
12月	9,447	10,592	-11
1月	9,205	10,922	-16
2月	12,084	12,534	-4
3月	15,274	17,780	-14
小計	160,071	181,426	-12

年度	来館者数 (人)	前年度比 (%)
22年度	213,395	+82.5
23年度	209,800	-1.7
24年度	215,281	+2.6
25年度	181,426	-15.9
26年度	160,071	-11.8

II 事業

1 常設展示事業

(ア) 常設展示場

展示内容の魅力向上及び来館者へのサービス向上のための取組を実施した。

- ① 学校やグループ、外国人観光ツアー団体などに対して、見学に合わせて説明を行った。(90団体/3,186人)
- ② 業界団体の協力を得て、四季折々の魅力ある展示替えを実施した。(97回/422点)
- ③ 京都検定合格者で組織するNPO法人「京都観光文化を考える会 都草」の協力を得て、伝統産業の背景となる京都の文化や歴史について、見学者に解説した。(土・日各1名で延べ109人)
- ④ 「岡崎ときあかり」事業との連携により、夜の岡崎の盛り上げとPRを行った。
- ⑤ 「伝統産業の日」事業の期間中、業界団体の協力の下、職人実演に加え「伝統工芸ミニセミナー」を開催。伝統工芸品の制作工程や苦労話等を講演いただいた。



(写真：岡崎ときあかり時の地上入口)



(写真：伝統産業の日)

(イ) イベントルーム

当財団主催の企画展や関連業界団体との共催事業、常設展示との相乗効果が期待できる展示会、体験教室などを実施した。(30事業/延べ163日)

(ウ) ギャラリー

業界団体の協力により、「京鹿の子絞工芸美展」や「伝統的工芸品17品目展」などの企画展示を年間を通して10回実施。企画展ごとに展示チラシを作成し、広報宣伝活動を行った。

<参考>ギャラリー取材件数

	テレビ	新聞	ラジオ	その他
25年度	4件	22件	1件	3件
26年度	9件	6件	1件	2件

「京都市博物館ボランティア 虹の会」の協力を得て、ギャラリー展示品の紹介や来館者とのコミュニケーションに努めた。(土・日・祝各2名/延べ175人)



(写真：伝統的工芸品17品目展)

2 振興・啓発事業

摺型友禅染体験事業

伝統技法に則り、世界に一つしかない自分ものが製作できる摺型友禅染体験事業を実施。平日は、予約制により修学旅行生や団体を中心に受け入れ、土・日・祝日は、家族連れや少人数グループを随時受け入れた。また、京都マンガアニメフェア（「京まふ」）と連携し、アニメの型を使った摺型友禅染の体験も実施した。

	参加者数（人）	前年度比（%）
22年度	4,471	+13
23年度	3,963	-11
24年度	3,481	-12
25年度	4,497	+29
26年度	4,612	+2



(写真：摺型友禅染体験)



(写真：「京まふ」に関連した摺型友禅染体験)

3 「匠と舞」事業

地域における雇用機会の創出と将来の需要開拓に向けた取組の実施を図るため、国の緊急雇用対策交付金を活用した京都市からの受託事業として、平成21年6月より「匠と舞」事業を実施した。常設展示場において職人による伝統工芸品の製作実演を行うとともに、歩く伝統産業ともいえる舞妓さんによる舞台を披露し、「ふれあい館」への集客や伝統産業の積極的なPRを図った。

(ア) 制作実演

常設展示場内において、伝統工芸品の製作実演を行った。

(イ) 舞妓舞台

毎週日曜日（約15分間×3回）、花街の舞妓さんによる舞台を開催し、舞妓の衣装や装飾品に使われる各種の伝統工芸品（西陣織、京友禅、花かんざしなど）の解説などを通して、京都の花街の伝統と文化を支えてきた伝統産業をPRした。

4 広報広聴事業

(ア) 広報宣伝活動

(1) 観光客へのPR事業

- ① 旅行会社や雑誌等のマスコミ関係者へふれあい館や「匠と舞」事業のチラシを送付し、各種媒体を通じてふれあい館をPRした。
- ② 京都市観光協会等でチラシを配布した。

(2) 修学旅行・市内小学校からの誘客の取組

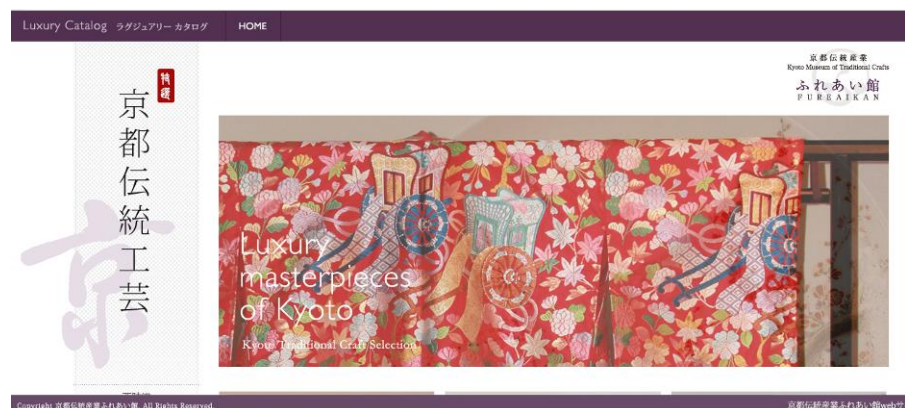
- ① 修学旅行パスポート事業へ参画した。
- ② ジュニア観光大使と連携し、体験教室のレポート等を依頼した。（GOGO土曜塾等に掲載）
- ③ きょうと修学旅行ナビのホームページで、ふれあい館を紹介した。

(3) 外国人観光客集客の取組

- ① 英語版ホームページの掲載内容を充実するとともに、職人実演の動画を挿入し視覚的に訴えるなど、外国人に向けた情報を広く発信した。
- ② 工房ツアーを試験的にを行い、受入側の注意点等を洗い出した。

(4) その他の取組

- ① ふれあい館の印刷物について、文化観光施設等での配架を依頼した。
- ② 各種団体が国内外で展示会等を実施する際に、京都の伝統産業を紹介するDVD（日本語、英語）の貸し出しを行った。
- ③ 京都市観光協会と協力して市内体験施設を紹介する「京都観光マップ」を作成し、ホテル・旅館・エージェント等に配布した。
- ④ テレビ・新聞等のマスコミ関係者に取材を依頼した。
- ⑤ 京都市勧業館内において、土・日・祝日には案内スタッフを配置した（各日2名）。
- ⑥ ラグジュアリー層向けカタログのウェブ版を作成した。



(イ) 広聴活動

ご意見承り箱の設置（ギャラリーと展示場）

回答145人 「良かった・感動した」103人

要望・苦情 34人

5 オンラインショップの運営

平成24年3月から、オンラインショップ「京もの専門店『みやび』」の運営を行っている。このオンラインショップは、楽天市場の中で、京都の伝統工芸品の販売促進と新たな需要開拓のため、20代～40代の女性をターゲットとし、現代ニーズにマッチした伝統工芸品の魅力を全国の消費者に効果的にPRするとともに、実際に販売している。平成26年度末の出品数は約500点であり、注文は、北海道、東京、九州等、京都以外がほとんどである。

平成26年度の試みとして、京もの親善大使“みやびはん”が職員と共に市内のイベントに参加し、京都の伝統工芸品のPR活動を行った。また、販路拡大に向け、関西のみならず首都圏内の有名デパート催事への出展やNYのセレクトショップにも出品。新たな顧客獲得と売上増に繋がったが、一方で経費もかなり嵩み、収益にはつながらなかった。

なお、“みやびはん”の活動は平成27年3月をもって修了とした。



<職人とコラボ企画報告>

新商品の開発を通して「みやび」の売上増加及びPRはもとより、京都の伝統産業の振興に資することを目的として実施した。26年度は「現代のライフスタイルに合わせた商品」として、見た目だけではなく「収納しやすい」「多機能でオールラウンドに使える」商品をデザイナー1名・職人2名とともに開発。

2月13日・14日に東京KITTEで開催されたBRAND NEW KYOTOプロジェクト 2015の展示販売ではみやび売上906,242円の内54,324円を売り上げた。

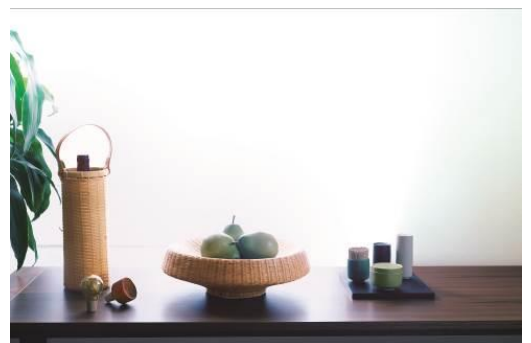
○デザイナー：芦田秀一氏

○職人：田中めぐみ氏（竹工芸）

フルーツボウル、ワインバッグ、
コースター、薬味さじ

津田友子氏（陶芸）

調味料入れ（ソルト、ペッパー）、
つまようじ入れ、薬味入れ、



ワインストッパー、山並みライト
 (参考)「みやび」売上内訳 (H26年度)

	人数	品目	個数	金額 (円)	楽天経由外含む (人数・個数・品数は含まず)
4月	46	27	101	638,718	京都市動物園
5月	61	42	102	613,734	渋谷ヒカリエ・ゼスト御池
6月	67	45	122	2,444,017	JR京都伊勢丹・農業委員会
7月	56	42	88	712,756	夏の京もの祭・ふるさと納税
8月	51	34	89	1,250,670	夏の京もの祭・ふるさと納税・国際課推進室他
9月	58	34	97	1,446,625	夏の京もの祭・京都らしいMICE・三越伊勢丹新宿本店他
10月	41	29	76	1,154,463	JR京都伊勢丹・三越伊勢丹新宿本店他
11月	78	38	134	1,467,928	日本酒条例サミット・京都らしいMICE他
12月	87	57	159	879,407	地球温暖化対策室・J+B Design
1月	66	38	173	1,656,481	三越伊勢丹新宿本店・ふるさと納税他
2月	87	42	159	2,423,273	BNK・京都らしいMICE・京都コンベンションビューロ他
3月	94	47	186	1,063,015	京都コンベンションビューロ、J+B Design他
合計	792	475	1,486	15,751,087	

(参考)「みやび」売上 (25年度)

	人数	品数	個数	金額 (円)	
合計	566	824	1,029	8,986,051	

(参考)「みやび」売上 (24年度)

	人数	品数	個数	金額 (円)	
合計	227	316	532	3,308,009	

6 「伝統産業の日」事業

「伝統産業の日」の関連事業として、「ふれあい館まつり」を実施した。

- ・「匠と舞」 3月21(土)22(日)の2日間、舞妓舞台(それぞれ3回ずつ)
- ・「伝統工芸ミニセミナー」 伝統産業職人の実演に合わせた製作過程の紹介や技に関するセミナー(業種 京表具、京繻、京七宝、薫香、京漆器、京組紐、京竹工芸、京念珠)
- ・「ふれあい館」常設展示場内に「京とProduct」展示

7 図書室利用状況

平成26年度の図書室の入室者は12,877人、貸出冊数は503冊

<利用状況>

年度	入室者（一日平均）	前年度比	貸出し冊数（一日平均）	前年度比
26年度	12,877人(36人)	+12%	503冊(1.4冊)	-13%
25年度	11,526人(33人)	-8%	581冊(1.6冊)	-7%
24年度	13,015人(37人)	+10%	766冊(2.2冊)	+1%

8 その他の事業

(ア) イノベーション検討会議

ふれあい館の活性化を図るため、外部アドバイザー4名の協力を仰ぎ、目指すべき方向性を議論いただいた。

【外部アドバイザー】

- 小山明美氏<ザ・リッツカールトン京都 チーフコンシェルジュ（当時）>
- 服部滋樹氏<graf代表、京都造形芸術大学教授>
- 金谷勉氏<セメントプロデュースデザイン代表取締役社長、京都精華大学非常勤講師>
- 山下順三氏<スペースマジックモン代表取締役>

【会議で出されたリニューアルの方向性】

- 重点ターゲットの設定
- 伝統産業の魅力を伝える観光施設・普及啓発施設としての機能の充実
- 販売促進機能の充実
- 異業種交流機能の充実
- 運営組織の体制強化
- 広報PR力の強化
- 「京都伝統産業ふれあい館」の名称変更

(イ) 工房ツアー

外国人観光客の取り込みを図るため、工房等訪問ツアーを試験的に実施。受入に必要な準備等も含め、アドバイザーの意見を工房とも共有した。今後、本格的な実施に向け積極的な工房の開拓、観光業界との連携強化につとめる。

- 専門家（アドバイザー） 小山明美氏
- 工房訪問ツアー参加者
 - ・参加人数 延べ20名
 - ・参加者 外国人企業家、領事館職員、キュレーター、留学生、外国人ビジネスマン（外資系ホテル勤務）、建築家、アパレルデザイナー等
- 工房訪問スケジュール及び訪問先
 - ・3月12日（木）10:00～12:30
工房訪問先：吉村楽入，山本金属
 - ・3月13日（金）14:00～16:30
工房訪問先：竹笹堂，綴苑平野
 - ・3月25日（水）10:00～12:30
工房訪問先：三木漆芸，桶屋近藤

- 3月26日（木） 16：00～17：30
工房訪問先：島田耕園
- 3月27日（金） 10：00～12：30
工房訪問先：細見綴，合場金属